

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Pertama
Sidang Akademik 1997/98

September 1997

AMP442 - PEMASARAN ANTARABANGSA

Masa: [3 jam]

ARAHAN

Sila pastikan bahawa kertas peperiksaan ini mengandungi **TIGA (3)** muka surat sebelum anda memulakan peperiksaan.

Jawab **EMPAT (4)** soalan. Soalan 1 adalah **WAJIB** dan jawab **TIGA (3)** soalan lain.

*Answer **FOUR (4)** questions. Question 1 is **COMPULSORY** and answer any other **THREE (3)** questions.*

1. (a) Mengapakah firma Malaysia disarankan memasuki pasaran global?
Why should Malaysian firms to go global?

[10 markah/marks]
- (b) Apakah perkara yang perlu diteliti dalam proses pemilihan strategi memasuki sesuatu pasaran luar negara?
What factors that should be evaluated in the process of selecting entry strategy to a particular overseas market?

[15 markah/marks]
- (c) Huraikan kemudahan-kemudahan yang disediakan oleh kerajaan yang boleh dimanfaatkan oleh firma Malaysia dalam usaha mereka menembusi pasaran luar negara.
List the incentives provided by the Malaysian government that could be taken advantage of by Malaysian firms venturing overseas.

[15 markah/marks]

...2/-

2. (a) Bincangkan kelebihan dan kelemahan setiap strategi penjenamaan.
Discuss the advantages and disadvantages of alternative branding strategies.

[10 markah/marks]

- (b) Berpandukan pengalaman firma-firma dari Taiwan dan Korea, huraikan perkara yang perlu diberi perhatian oleh firma Malaysia dalam usaha mereka menyahut seruan Kerajaan supaya memperkenalkan jenama yang beridentitikan Malaysia untuk pasaran antarabangsa.
Based on the experiences of Taiwanese and Korean firms, explain the factors that Malaysian firms should pay attention to in introducing Malaysian brand names in international markets.

[10 markah/marks]

3. Bincangkan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam proses merancang campuran produk untuk pasaran antarabangsa.
Discuss factors that should be considered in planning a product-mix for international markets.

[20 markah/marks]

4. Pemasaran antarabangsa bukan sahaja dikendalikan oleh firma dari negara pengeluar dengan firma di negara pengguna. Firma dari negara ketiga (contoh: Singapura) kerap kali turut terlibat dalam proses pertukaran produk/perkhidmatan di peringkat antarabangsa.
International marketing is often facilitated by firms from the third nation (example: Singapore).

- (a) Huraikan faktor-faktor yang menyokong dan memperkukuhkan kedudukan firma dari negara ketiga dalam proses pemasaran antarabangsa.
Explain the factors the support and strengthen firms in the third nation facilitating in international marketing transaction.

[10 markah/marks]

...3/-

- (b) Mungkinkah dan bagaimanakah urusan secara terus (tanpa melalui firma dari negara ketiga) dilaksanakan?
Is direct dealing between firms in the producing nation and their counterparts in importing nation feasible and how this direct transaction may be implemented?

[10 markah/marks]

4. Rasuah disenaraikan sebagai salah satu punca kejayaan pemasaran diperingkat antarabangsa. Apakah pandangan anda terhadap peranan rasuah dalam pemasaran?

One of the keys to successful international marketing is bribery. What is your stand on the role of bribery in marketing?

[20 markah/marks]

5. Terangkan kepentingan maklumat-maklumat berikut kepada pengurus pemasaran antarabangsa:
Explain the importance of the following information to international marketing manager:

- (a) Keluaran Dalam Negara Kasar.
Gross National Product.
- (b) Pendapatan Per Kapita.
Per Capita Income.
- (c) Kadar Pertumbuhan Penduduk.
Population Growth Rate.
- (d) Kadar Pertukaran Ringgit Malaysia.
Exchange rate of Malaysian Ringgit

[20 markah/marks]

---ooo000ooo---